

Decidir con datos, no con métricas de vanidad

Deja de celebrar likes y empieza a decidir con métricas que pagan las cuentas

Las metricas de vanidad son numeros grandes que se ven impresionantes pero no te dicen si el negocio gana plata. Likes, seguidores, impresiones y alcance suben el ego pero no la caja. Este eBook te enseña a distinguir las metricas que importan de las que solo decoran, y a construir un criterio para decidir con datos reales. Es la mentalidad con la que en Manu manejamos cada peso de inversion de nuestros clientes.

Que es una metrica de vanidad y por que enamora tanto

Una metrica de vanidad es un numero que sube facil, se siente bien y no obliga a tomar ninguna decision. Su problema no es que sea falsa, sino que no cambia lo que haces ni te dice si ganas plata.

- Suben siempre con el tiempo, asi que dan una falsa sensacion de progreso.
- Son faciles de inflar con presupuesto sin que el negocio mejore.
- No se conectan con ingresos, costos ni ganancia.

El truco mental es este: si un numero sube pero tu cuenta bancaria no se entera, casi seguro es una metrica de vanidad.

Las metricas de vanidad mas comunes en pauta

Estas son las que mas vemos celebrar en reportes y reuniones cuando en realidad no deberian ser el centro de la decision.

- Impresiones y alcance: dicen a cuantos llegaste, no a cuantos convenciste.
- Likes y comentarios: miden simpatia, no intencion de compra.
- Seguidores: una audiencia grande que no compra es solo un numero.
- Clics totales sin contexto: muchos clics baratos pueden no traer una sola venta.
- Visualizaciones de video: ver no es lo mismo que actuar.

Las metricas que de verdad mueven el negocio

Frente a cada metrica de vanidad hay una metrica de accion que si te obliga a decidir y se conecta con la plata. Estas son las que deben mandar.

- Costo por resultado: cuanto te cuesta cada lead o venta real.
- Tasa de conversion: que porcentaje de visitas se vuelven clientes.
- ROAS y retorno real: cuanto vuelve por cada peso invertido.
- CAC y LTV: cuanto cuesta y cuanto deja un cliente en el tiempo.
- Ventas reales en tu sistema: la unica fuente que no se infla sola.

Un marco para distinguir vanidad de valor

Cada vez que veas una metrica, pasala por tres preguntas. Si no responde a las tres, probablemente no merece estar en tu decision.

- Pregunta 1: si este numero sube, gano mas plata o no necesariamente.
- Pregunta 2: este numero me obliga a tomar una decision distinta.
- Pregunta 3: puedo conectar este numero con un ingreso o un costo real.

Las metricas que pasan las tres preguntas van al centro de tu reporte. Las que no, van al pie de pagina o directo a la basura.

Como rearmar tu reporte alrededor de lo que importa

Un reporte centrado en valor se lee distinto: arriba van las decisiones y la plata, no los numeros bonitos. Asi se ordena.

- Arriba: ventas reales, costo por resultado y retorno del periodo.
- En el medio: las metricas del embudo que explican el resultado.
- Abajo: las metricas de alcance, solo como contexto, nunca como titular.
- Siempre: una seccion de decisiones tomadas y acciones para el proximo periodo.

El cambio de mentalidad final

Pasar de vanidad a valor no es un cambio de herramienta, es un cambio de cabeza. Se trata de tener el coraje de mirar los numeros incomodos que si dicen la verdad.

- Celebra ventas y ganancia, no likes ni alcance.
- Prefiere un numero pequeno que paga las cuentas a uno grande que solo decora.
- Tomale carino a las metricas que te obligan a actuar, aunque sean menos vistosas.
- Recuerda que el objetivo de la pauta no es verse bien, es vender mas y mejor.

Cuando tu equipo entero decide con estos numeros, dejas de invertir con fe y empiezas a invertir con criterio. Esa es la diferencia entre gastar y crecer.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com